

**PENERAPAN BAURAN PEMASARAN PERUMAHAN FAJAR INDAH  
PERMATA 2 DAN GREEN GARDEN  
PADA PT. FAJAR BANGUN RAHARJA SURAKARTA**



**TUGAS AKHIR**

**Diajukan untuk Memenuhi Syarat Guna Mencapai Gelar Ahli Madya  
Manajemen Pemasaran**

**Oleh:**

**SATRIYO PRIBADI UTOMO**

**F3212065**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III  
MANAJEMEN PEMASARAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA  
2016**

**ABSTRAK**  
**PENERAPAN BAURAN PEMASARAN PERUMUHAN FAJAR INDAH**  
**PERMATA 2 DAN GREEN GARDEN**  
**PADA PT. FAJAR BANGUN RAHARJA SURAKARTA**

**SATRIYO PRIBADI UTOMO**

**F3212065**

Bauran Pemasaran ( *marketing mix*) merupakan hal yang semakin diperhatikan di semua jenis dan ukuran organisasi atau perusahaan. Persaingan – persaingan yang disebabkan oleh terbatasnya pertumbuhan perusahaan telah memaksa perusahaan – perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran secara tepat. Demikian juga pada PT . Fajar Bangun Raharja Surakarta, yang menerapkan strategi bauran pemasaran ( *marketing mix* ). Bauran pemasaran merupakan campuran dari variabel – variabel pemasaran yang dapat digunakan oleh suatu perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan sejenis. Strategi bauran pemasaran juga dapat membantu perusahaan dalam mencapai target penjualan yang telah di tentukan oleh perusahaan, dalam penelitian ini adalah PT. Fajar Bangun Raharja. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus pada obyek penelitian dengan menggunakan observasi, dan dokumentasi. Jenis data yang dipakai adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan observasi lapangan dan data sekunder diperoleh dari sumber informasi dari teori lain untuk mendukung data primer dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Fajar Bangun Raharja menjalankan Bauran Pemasaran ( *marketing mix*) yang terdiri dari empat faktor variabel, yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Variabel – variabel tersebut yang disimbolkan dengan simbol 4P yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*.

***Kata kunci : bauran pemasaran, product, price, place, promotion***

**ABSTRAK**  
**PENERAPAN BAURAN PEMASARAN PERUMUHAN FAJAR**  
**INDAH PERMATA 2 DAN GREEN GARDEN**  
**PADA PT. FAJAR BANGUN RAHARJA SURAKARTA**

**SATRIYO PRIBADI UTOMO**  
**F3212065**

Marketing Mix is increasingly observed in all types and sizes of organizations or companies. Competition - competition due to the limited growth of the company has forced companies - companies to implement marketing strategies appropriately. Likewise at PT . Fajar Bangun Raharja Surakarta , which is implementing the marketing mix.

The marketing mix is a mix of variables - marketing variables that can be used by a company to compete with similar companies. Marketing mix strategies can also help the company achieve sales target that has been set by the company , in this research is PT . Fajar Bangun Raharja.

This research uses descriptive method with a case study on the object of research using observation , and documentation . The type of data used is primary and secondary data . The primary data obtained by field observations and secondary data obtained from sources of information from other theories to support the primary data in this study .

The results showed that PT . Fajar Bangun Raharja running the marketing mix consisting of four variable factors , namely product , price , place and promotion. Variables - variables are symbolized by the symbol of the 4P are: product , price, place and promotion.

Keywords : marketing mix , product, price , place, promotion

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul :

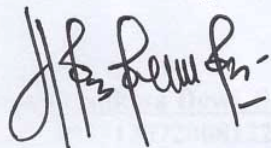
**PENERAPAN BAURAN PEMASARAN PERUMAHAN FAJAR INDAH  
PERMATA 2 DAN GREEN GARDEN  
PADA PT. FAJAR BANGUN RAHARJA SURAKARTA**

Telah disahkan Oleh Tim Penguji Tugas Akhir  
Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta  
pada tanggal 10 Mei 2022

Surakarta,

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing



**Amina Sukma Dewi, S.E., M.Sc**  
**NIP. 197712072008122002**

## HALAMAN PENGESAHAN

### SURAT PERNYATAAN

Tugas Akhir dengan Judul :

**PENERAPAN BAURAN PEMASARAN PERUMAHAN FAJAR INDAH  
PERMATA 2 DAN GREEN GARDEN  
PADA PT. FAJAR BANGUN RAHARJA SURAKARTA**

Program Studi :

DIII Manajemen Pemasaran

Judul Tugas Akhir :

Penerapan Bauran Pemasaran Perumahan Fajar

Telah disahkan Oleh Tim Penguji Tugas Akhir

Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta

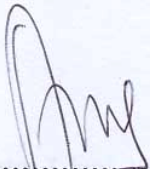
guna mencapai gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran

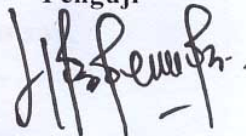
Surakarta,

Tim Penguji Tugas Akhir

**Drs. Mohammad Amien Gunadi M.P**  
**NIP. 195610231986011001**

**Amina Sukma Dewi, S.E., M.Sc**  
**NIP. 197712072008122002**

  
(.....)  
Penguji

  
(.....)  
Pembimbing

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Sebelas Maret :

Nama : Satriyo Pribadi Utomo  
NIM : F3212065  
Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran  
Judul Tugas Akhir : Penerapan Bauran Pemasaran Perumahan Fajar  
Indah Permata 2 dan Green Garden Pada PT.  
Fajar Bangun Raharja

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini adalah benar-  
benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan /salinan/  
saduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya  
bersedia menerima akademik berupa penarikan ijazah dan pencabutan gelar Ahli  
Madya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya.

Surakarta, 7 Juni 2016

Mahasiswa,



Satriyo Pribadi Utomo

F3212065

## **MOTTO**

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai  
( dari suatu urusan ), tetaplah bekerja keras ( untuk urusan lain ).”

**(QS. Yusuf : 87)**

“Kehidupan ini bukanlah untuk menunggu hujan reda, tapi untuk begembira dan  
menari dalam hujan jika harus”

**(Mario Teguh, Motivator)**

“Saat Tuhan menjatuhkanmu ke jurang yang dalam, ada dua kemungkinan.  
Kemungkinan pertama Dia akan menolong dan menyelamatkanmu. Kemungkinan  
kedua Dia ingin melatihmu untuk terbang”

**(Penulis)**

“Hidup adalah pilihan, pilihlah menjadi pribadi yang baik, setidaknya hal buruk akan  
menjauhimu”

**(Penulis)**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan selesainya Tugas akhir yang saya buat ini selama kurang lebih 6 bulan terakhir dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Dalam kesempatan ini saya akan mempersembahkan karya saya kepada :

1. Allah S.WT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dari awal persiapan magang sampai selesainya pembuatan Tugas Akhir
2. Kepada ibu dan alm ayah yang sangat membuat saya semangat dan pantang menyerah dalam semua permasalahan, dan tidak lupa kakak saya yang selalu mendukung dalam segala hal.
3. Kepada afifatul latifah yang sangat membantu saya ketika terjatuh, memberi semangat ketika lelah.
4. Kepada Dosen Pembimbing saya Ibu Amina Sukma Dewi yang telah membimbing penulisan Tugas Akhir saya dari awal hingga akhir, selalu sabar terhadap mahasiswanya.
5. Kepada Dosen - Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret. Terimakasih atas bimbingan dan ilmu yang telah diberikan kepada saya selama perkuliahan berlangsung
6. Kepada Pembimbing Instansi saya Ibu Ani Dyah Hertin yang baik hati dan tidak sombong, terimakasih telah memudahkan saya dalam pembuatan Tugas Akhir.



7. Kepada teman – teman seangkatan D III Manajemen Pemasaran 2013.  
Terimakasih selalu support satu sama lain, semoga September nanti bisa wisuda bareng.
8. Kepada Teman – Teman Kos Rumah Tangga Ngoresan, Koko, Agung, Ipin, Bagas, dan Om Bambang.

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr. wb

Segala puji hanya milik ALLAH pencipta alam semesta ini, dengan rasa syukur penulis panjatkan kepada-Nya atas berkat rahmat serta hidayah, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul Penerapan Bauran Pemasaran Perumahan Fajar Kencana Asry dan Perumahan Citra Indah Pesona Pada PT. Fajar Bangun Raharja tepat pada waktunya.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis memperoleh banyak sekali ilmu, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah S.W.T sebagai pencipta alam semesta
2. Nabi Muhammad S.A.W sebagai penuntun dan panutan.
3. Ibu Dr. Hunik Sri Runing S, Msi. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
4. Bapak Drs. *Mohammad Amien* Gunadi M.P selaku Ketua Prodi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta
5. Ibu Amina Sukma Dewi, S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar memberikan bimbingan, pengarahan, serta nasihat yang telah diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir

6. Kepada Ibu Michiko selaku Pimpinan PT. Fajar Bangun Raharja Surakarta yang telah memberikan kesempatan untuk magang kerja
7. Dra. Ani Dyah Hertin selaku Pembimbing Instansi Magang Terimakasih atas segala nasihat, saran-saran dan bimbingan yang telah Bapak berikan
8. Bapak-bapak dan Ibu-ibu Dosen Fakultas Ekonomi UNS, terimakasih atas semua bimbingannya selama ini.
9. Kepada teman – teman seangkatan DIII Manajemen Pemasaran 2013 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan dan kesempurnaan karya ini. Akhirnya, penulis berharap semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surakarta, 7 Juni 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
MOTTO .....	vii
PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Metode Penelitian.....	5

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Pemasaran.....	8
B. Strategi Pemasaran .....	8
C. Bauran Pemasaran .....	9
1. Produk ( <i>product</i> ) .....	9
2. Harga ( <i>price</i> ) .....	9
3. Promosi ( <i>promotion</i> ) .....	11
4. Distribusi ( <i>place</i> ).....	13
D. Kerangka Pemikiran .....	13

## BAB III PEMBAHASAN

A. Sejarah Perusahaan .....	16
1. Latar Belakang Perusahaan .....	16
2. Data Perusahaan .....	16
3. Aspek <i>Development</i> .....	17
4. Aspek <i>Davelopment</i> dan <i>Contraction</i> .....	19
5. Aspek <i>Management</i> .....	21
6. Aspek Keuntungan Lingkungan.....	23
7. Lokasi Perumahan .....	23
8. Struktur Organisasi.....	25
B. Laporan Magang Kerja.....	30
C. Pembahasan .....	33

1. Produk .....	34
2. Harga .....	40
3. Promosi.....	44
4. Distribusi Dan Lokasi.....	47
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	52
B. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA .....	55
LAMPIRAN	

## **DAFTAR TABEL**

3.1 Penetapan kredit melalui KPR Bank pada perum Green Garden.....	43
3.2 Penetapan kredit melalui KPR Bank pada perum FIP 2 .....	44
3.3 Tabel daftar harga dan stock rumah Fajar Indah Permata 2 .....	49
3.4 Tabel daftar harga dan stock rumah Green Garden .....	50

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Gambar Kerangka Pemikiran .....	14
3.1 Denah perumahan Fajar Indah Permata 2 .....	24
3.2 Denah perumahan Green Garden .....	25
3.3 Logo PT. Fajar Bangun Raharja.....	34
3.4 Gambar perumahan Green Garden tipe 62.....	38
3.5 Gambar perumahan Green Garden tipe 68.....	38
3.6 Gambar perumahan FIP 2 tipe 108 .....	39
3.7 Gambar perumahan FIP 2 tipe 120.....	39
3.8 Gambar perumahan FIP 2 tipe 178.....	40



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	: Lembar Nilai
Lampiran 2	: Lembar Daftar Hadir
Lampiran 3	: Lembar Laporan Kegiatan Harian Magang
Lampiran 4	: Struktur Organisasi